

**PENGARUH MOTIF PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER
@GORIAU.COM TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS DALAM
MENDAPATKAN INFORMASI DI KOTA PEKANBARU**

Oleh : Sri Rezky Emarwani

Pembimbing : Dr. Nurjanah, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Hubungan Masyarakat

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Universitas Riau

E-mail:

Abstract

In fact, humans are social beings, who every day are always activities and connect with others. All activities are conducted aiming to meet the necessities of life. As time progressed, mass communication can be a different shape, it becomes simpler to use an information technology. Of the many sites on the internet one of the many popular sites today is twitter. The researchers chose twitter as an object of research assignment due, twitter is a tool or medium of communicating over the internet that lately is often used as a place for people looking for the latest information, get the relation or merely to advertise its products. That's why the existence of twitter has now become a lifestyle for most people, almost everyone has now have an account on twitter. As does have email, twitter has also become a necessity nowadays. The purpose of this research is to find out whether there is influence of online media use twitter motives against the satisfaction felt by followers on @GoRiauCom account in obtaining information regarding the city of Pekanbaru.

The methods used in this study i.e., quantitative methods. Data collection techniques in the study using a detailed questionnaire. The number of samples to study as many as 100 respondents. Withdrawal of samples using a Simple Random Sampling method. To know the influence of both these variables, the researchers used a simple linear regression analysis. For the processing of data is carried out using a questionnaire, the statistical program Product And Service Solution (SPSS) Windows version 18.

The results of the research on the influence of social media twitter users motives @goriau. com towards the satisfaction of followers in getting information in the city of pekanbaru regression coefficient values obtained in this study were $Y = 13.171 + 0.489 X$ with a level of significance 0.000 smaller than $\alpha = 0.05$. This means that there is the influence of social media twitter users motives @goriau. com towards the satisfaction of followers in getting information in the city of pekanbaru 46.50% and enter influential medium category. The percentage shows that the motive of the use of only most of the factors affecting the satisfaction in getting information on followers social media twitter @GoRiau. com. H_0 is rejected and thus H_a is received.

Keywords : Communication, Twitter, New Media, Information, Satisfaction

PENDAHULUAN

Media telematik merupakan produk terbaru dari peradaban teknologi yang kelak akan menggeserkan televisi sebagaimana yang kita kenal dari dulu hingga sekarang ini. Telematik berarti bertemunya sistem jaringan komunikasi dengan teknologi informasi. Perangkat media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi yaitu, sistem *transmisi* (melalui kabel atau satelit), sistem *miniaturisasi*, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur) dan sistem pengendalian (oleh komputer).

Dari sekian banyak situs di internet salah satu situs yang banyak digemari saat ini adalah *twitter*. Perkembangan *twitter* akan semakin cepat, menurut data yang dikutip dari website resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), berdasarkan data PT. Bakrie Telecom di Indonesia ada sekitar 19,5 juta jiwa dari total 500 juta jiwa pengguna global sebagai pengguna *twitter* (kominfo.go.id). Diakses pada Selasa, 27 Oktober 2015 Pukul 21.45 WIB). Ditambah lagi, adanya fasilitas tambahan dari media publikasi lain, yaitu wordpress kini juga menyediakan widgets yang dapat menampilkan status pesan dari *twitter* ini. Tentunya bagi pemilik blog diwordpress dapat dengan banyak memiliki pengikut.

Salah satu *account twitter* yang dapat dijadikan media informasi dan komunikasi massa adalah akun @GoRiau.com yang menjadikan akun terbesar di Riau dalam mengabarkan

atau memberikan informasi secara *update* kepada masyarakat Riau khususnya. Akun yang telah memiliki banyak *followers* ini merupakan salah satu media online yang sedang populer dan ramai digunakan masyarakat untuk berkomunikasi serta bersosialisasi. Hal inilah yang membuat saya tertarik untuk meneliti tingkat motif kepuasan *followers* akun media sosial @GoRiau.com, yang dijadikan masyarakat sebagai pusat informasi dan jembatan komunikasi bagi masyarakat hingga sampai kejajaran pemerintahan.

Berdasarkan fakta diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana motif *user twitter* sebagai media berkomunikasi, difokuskan pada motif penggunaan media yang didasarkan pada pendapat (Helman, 2010) yakni: Adanya dorongan, keinginan, hasrat, kecendrungan, hawa nafsu, serta kemauan untuk mengetahui apa saja motif penggunaan media yang harus diketahui khalayak pada akun media social @GoRiau.com sebagai salah satu koran online terbesar di Pekanbaru.

TINJUAN PUSTAKA

Media Online

Media *online* adalah termasuk media massa yang baru (*new media*). istilah media baru (*new media*) sebenarnya merupakan istilah yang membingungkan dan kerap mengundang perdebatan, karena semua media pada zaman kemunculannya adalah media baru. Misalnya, koran pada awal kelahirannya adalah media baru begitu juga radio pada awal kemunculannya juga merupakan media baru. Media baru pada saat ini adalah semua bentuk

media massa mutakhir yang berbasiskan teknologi komunikasi dan informasi khususnya internet dan *world wide web* (WWW).

Media Sosial

Media sosial merupakan media untuk interaksi sosial, sebagai suatu rangkaian terus menerus tanpa henti dibalik komunikasi sosial. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010:56-57) mendefenisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi web.2.0, dan memungkinkan pencipta dan pertukaran user – Generated content.

Twitter

Twitter merupakan salah satu bagian dari media sosial yang banyak digunakan pada saat ini.

Motivasi

Motivasi berasal dari kata “*movere*” dalam bahasa latin yang berarti bergerak. Berbagai hal yang biasanya terkandung dalam motivasi antara lain adalah keinginan, harapan, kebutuhan, tujuan, dorongan sasaran dan insentif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa suatu motivasi adalah keadaan kejiwaan seseorang yang mendorong, mengaktifkan atau menggerakkan dan motif itulah yang mengarahkan dan menyalurkan perilaku sikap dan tindak tanduk seorang individu yang selalu dikaitkan dengan pencapaian tujuan, baik tujuan bersama ataupun tujuan pribadi (Sondang, 2004:142).

Kepuasan

Kepuasan merupakan efek dari penggunaan media atau sumber sumber yang lain yaitu berupa pemenuhan kebutuhan, baik berupa informasi, hiburan, ketenangan, hubungan sosial dan lain-lain. Kepuasan dalam penelitian ini yaitu kondisi terpenuhi nya kebutuhan seseorang dalam menjadi *followers* akun *twitter* @GoRiau.com. Dalam hal ini pemenuhan terhadap motifasi responden menggunakan media tersebut dikategorikan kepuasan karena terpenuhinya kepuasan informasi.

Teori Uses and Gratification

Teori *Uses and Gratification* menganggap bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif tertentu. Media dianggap berusaha menemui motif khalayak jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu menemui kebutuhan khalayak disebut media yang efektif. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian dan penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang. Dalam hal ini sebagian besar perilaku audiensnya akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan (*inters*) (Kryantono:2010).

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikiran peneliti untuk menghubungkan masalah dengan teori komunikasi, dimana teori yang digunakan harus sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Kerangka pemikiran juga merupakan kajian

tentang bagaimana hubungan teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi dalam perumusan masalah. Untuk menemukan dan memecahkan masalah dalam penelitian ini, maka penulis menyusun sebuah kerangka berpikir yang terdiri dari teori-teori yang menjadi pokok pikiran dalam mendeskripsikan masalah yang akan diteliti sehingga tidak melenceng

Dalam kerangka pemikiran ini penulis menggunakan teori *Uses and Gratification* (Teori Kegunaan dan Kepuasan). Teori *Uses and Gratification* (Teori Kegunaan dan Kepuasan) menjelaskan bahwa orang aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi kebutuhan khalayak (Kriyantono, 2008: 206).

Penelitian ini ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh motif penggunaan media online *twitter* terhadap kepuasan yang dirasakan oleh *followers* pada akun @GoRiauCom dalam memperoleh informasi mengenai Kota Pekanbaru.

Hipotesis

Hipotesis adalah pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih perlu diuji terlebih dahulu dan karenanya masih bersifat sementara atau dugaan.

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan kedalam bentuk,

- a. H_0 (*The Null Hypothesis*)
Tidak terdapat pengaruh motif pengguna media sosial *twitter* @goriau.com terhadap

kepuasan *followers* dalam mendapatkan informasi di kota pekanbaru.

- b. H_a (*The Alternative Hypothesis*)

Terdapat pengaruh motif pengguna media sosial *twitter* @goriau.com terhadap kepuasan *followers* dalam mendapatkan informasi di kota pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Desian Penelitian

Metode yang digunakan untuk judul 'pengaruh motif pengguna media sosial *twitter* @goriau.com terhadap kepuasan *followers* dalam mendapatkan informasi di kota pekanbaru' ini adalah riset kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik (Sugiyono, 2010: 7).

Sementara itu jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Eksplanasi. Eksplanasi dimaksudkan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampai terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbandingan, atau pengaruh suatu variabel dengan yang lain. Jadi penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur, mengukur hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2005:38).

Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian yang dilaksanakan peneliti merupakan proses pengumpulan data, pengolahan dan penyuntingan data, yang

dilaksanakan dari bulan Oktober 2016 hingga Juli 2017.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah subjek penelitian sebagai sarana untuk mendapatkan dan mengumpulkan data disebut populasi. Menurut Riduwan, (2012:54) populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah *Followers* akun *twitter* @GoRiau.com.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data dari sebagian *followers* akun @GoRiau.com Pekanbaru sebagai alat bantu untuk menetapkan populasi dan sampel yang akan digunakan. Jumlah populasi yang didapat dari akun *twitter* @GoRiau.com yang di observasi pertanggal 10 oktober 2016 adalah sebesar 65 ribu *followers*.

Menurut Kriyantono (2006:151) sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Dalam pengambilan sampel, peneliti memutuskan untuk menggunakan teknik random sampling yaitu mencakup orang-orang yang terdapat pada populasi tersebut, sehingga setiap anggota populasi memiliki hak yang sama untuk dijadikan responden dalam penelitian ini.

Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus perhitungan Slovin (Kriyantono, 2006: 160). Jadi, sampel dalam penelitian ini dibulatkan ke atas ada sebesar 100 sampel.

Jenis dan Sumber Data Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, data ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Pada penelitian ini data primer meliputi data hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu. Data primer penulis dapat dari kuisisioner yang disebarkan pada *followers* akun @GoRiau.com.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, skripsi, literature - literatur yang berkaitan dengan permasalahan, dan informasi dokumentasi lain yang dapat diambil melalui sistem *Online* (Internet).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristi Responden

Berdasarkan jenis kelamin responden terbanyak adalah perempuan dengan jumlah 64 orang atau 64%. Dari segi usia responden terbanyak pada usia antara <25 tahun sebanyak 44 orang atau 44%. Selanjutnya berdasarkan pekerjaan responden terbanyak mahasiswa sebanyak 44 responden atau 44%.

**Rekapitulasi
Responden**

Tanggapan

Tabel 1 merupakan hasil rekapitulasi tanggapan responden melalui pengisian kuesioner.

Tabel 1
Rekapitulasi Tanggapan Rasponden

No	Indikator	Kategori Jawaban					Total Skor
		SS	S	CS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Motif Informasi	37 (37%)	55 (55%)	8 (8%)	0	0	100 (100%)
2.	Motif Identitas Pribadi	42 (42%)	50 (50%)	8 (8%)	0	0	100 (100%)
3.	Motif Integritas	40 (40%)	53 (53%)	7 (7%)	0	0	100 (100%)
4.	Motif Hiburan	44 (44%)	49 (49%)	7 (7%)	0	0	100 (100%)

No	Indikator	Kategori Jawaban					Total Skor
		SS	S	CS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1.	Kepuasan informasi	32 (32%)	60 (60%)	8 (8%)	0	0	100 (100%)
2.	Kepuasan Identias Pribadi	18 (18%)	67 (67%)	15 (15%)	0	0	100 (100%)
3.	Kepuasan Integritas dan sosial	14 (14%)	69 (69%)	17 (17%)	0	0	100 (100%)
4.	Kepuasan Hiburan	19 (19%)	72 (72%)	9 (9%)	0	0	100 (100%)

Sumber : Data olahan peneliti, 2017

Secara umun penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan dominan pada kategori sangat setuju dari responden terhadap

indikator - indikator pada variabel penelitian.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Uji Validitas

Uji validitas yang menggunakan SPSS Windows versi 18 pada tabel dengan nama item-total statistik. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari corrected item-total correlation koefisien yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu lembaga penelitian (Nugroho, 2005). Oleh karena itu, masing-masing butir pernyataan dikatakan valid apabila nilai dari corrected item-total correlation minimal sebesar 0,30. Dari pengujian validitas dengan pengujian SPSS menyatakan bahwa semua butir pertanyaan dapat digunakan karena koefisien lebih besar dari 0,30 sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas yang artinya item pertanyaan tersebut layak untuk

dijadikan sebagai pertanyaan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan koefisien responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Variabel tersebut akan dikatakan reliabel jika Cronbach's Alpha-Nya memiliki nilai lebih besar dari 0,6 (Azwar, 2004:158).

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Variabel X (Motif Penggunaan Media)	15	0,868	Reliabel
Variabel Y (Kepuasan)	11	0,848	Reliabel

Sumber: Data olahan peneliti, 2017

Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk menguji apakah kedua variabel berpengaruh yaitu antara Motif penggunaan media terhadap Kepuasan pada *followers* media sosial *twitter* @GoRiau.com,, maka pengujian hipotesisnya akan dilakukan dengan menggunakan analisis statistik menggunakan rumus regresi linear sederhana, dengan rumusnya sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subjek variabel Kepuasan

X = subjek variabel Motif Penggunaan Media

a = konstanta (harga Y bila X = 0)

b = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel bebas (X) yang didasarkan pada hubungan variabel terikat (Y)

n = jumlah sampel

Tabel 3
Rekapitulasi Perhitungan Statistik

No	Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	T Tabel	Signifikansi
1.	Konstanta (a)	13.171			
2.	Motif Penggunaan Media	.489	9,231	1,984	0,000

Sumber : Data olahan peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 3 terlihat hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 13,171 + 0,489 X$. Bilangan konstanta (a) sebesar 13,171 dan koefisien variabel motif penggunaan media sebesar 0,489. Sementara itu t hitung 9,231 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi (R²) akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi pada variabel lain (Sentosa dan Ashari, 2005:125). Untuk menganalisanya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel “Model Summary”.

Tabel 4
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.460	2.820

Sumber : Data olahan peneliti, 2017

Tabel “Model Summary” tersebut memperlihatkan bahwa nilai R = 0,682 dan koefisien determinasi (Rsquare) adalah sebesar 0,465 hasil dari pengkuadratan koefisien korelasi $0,682 \times 0,682$. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel motif

penggunaan media terhadap kepuasan adalah sebesar 46,50 % dengan kategori sedang. Sementara sisanya sebesar 53,50% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan pada pemaparan sebelumnya menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,000 itu artinya hasil tersebut lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, dengan artian terdapat pengaruh motif pengguna media social *twitter* @goriau.com terhadap kepuasan *followers* dalam mendapatkan informasi di kota pekanbaru. Dan dari nilai R menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen yakni bahwa nilai R sebesar 0,682 maka dari model summary diatas diketahui nilai R_{Square} sebesar 0,465. Artinya adalah terdapat pengaruh motif pengguna media social *twitter* @goriau.com terhadap kepuasan *followers* dalam mendapatkan informasi di kota pekanbaru, dengan pengaruh sebesar 46,50% yang dikategorikan berpengaruh sedang. Berikut penjelasan terkait dengan hasil penelitian tersebut.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa motif penggunaan media berpengaruh terhadap kepuasan *followers* dalam mendapatkan informasi. Untuk tiap-tiap item pada masing-masing indikator secara keseluruhan memang sama-sama dominan menyatakan setuju, namun ada pernyataan pada indikator yang terdapat variabel dependen cukup setuju pada variabel independen. Hal inilah yang kemudian melalui perhitungan statistik diperoleh pengaruh yang tidak besar yaitu hanya berpengaruh sebesar 46,5% yang tergolong berpengaruh sedang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification*

yang terdapat pada bab II, teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007: 191). Berdasarkan teori *uses and gratification* dapat diketahui bahwa teori tersebut mengasumsikan bahwa pengguna media yaitu seorang yang mencari informasi tentang kota pekanbaru yang menjadi *follower* akun *twitter* @GoRiau.com memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Seperti yang kita ketahui semakin banyaknya media informasi yang bermunculan dan menawarkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh para pencari informasi. Dengan persaingan media informasi saat ini, mereka tentu menyeleksi akun *twitter* apa saja yang kiranya dapat berguna dalam memenuhi kebutuhan mereka. Teori ini peneliti kaitkan dengan topik yang peneliti bahas dengan judul “Pengaruh Motif Pengguna Media Sosial *Twitter* @GoRiau.com terhadap kepuasan *Followers* dalam mendapatkan informasi di Kota Pekanbaru”. Banyak faktor pendukung dalam *timeline* akun *twitter* @GoRiau.com yang dapat membuat para pencari informasi memilih akun *twitter* @GoRiau.com untuk diikuti

timelinenya dengan cara menjadi *followers* akun *twitter* tersebut. Contohnya seperti, akun @GoRiau.com meng-*update timeline* setiap hari berisi berbagai informasi terbaru tentang kota pekanbaru, ini dapat terlihat dari pernyataan pertama dan kedua dari variabel independen pada kuesioner dimana responden dominan menjawab sangat setuju.

Kesimpulan

Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan dan merupakan hasil dari pengolahan data regresi linear sederhana, menggunakan program SPSS 18 *for windows*, menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a. Motif penggunaan media berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitungnya adalah 9,231 dengan signifikansi thitung sebesar 0,000. Nilai thitung yang didapat lebih besar dari ttabel yaitu $9,231 > 1,984$.
- b. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,465. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu motif penggunaan media (X) tersebut memberikan sumbangan terhadap kepuasan pada *followers* media sosial *twitter* @GoRiau.com (Y) sebesar 46,50% dengan kategori sedang. Artinya motif penggunaan media (X) mempengaruhi kepuasan pada *followers* media

sosial *twitter*
@GoRiau.com.

c.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Admin @GoRiau.com diharapkan terus melakukan pemberian informasi yang bermanfaat berupa informasi tentang kota pekanbaru dan lebih memahami kebutuhan *followers* dengan menjawab setiap pertanyaan *followers* mengenai informasi tentang kota pekanbaru yang diberikan melalui *mention* dan *direct message* yang dikirimkan *followers*.
- b. Untuk mengembangkan Ilmu Komunikasi terkait pengaruh media sosial *twitter*, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk meneliti objek yang sama, yaitu mengenai motif penggunaan media sosial *twitter* terhadap kepuasan *followers* agar dapat melakukan penelitian di luar faktor yang telah disajikan dalam penelitian ini. Sehingga hasil dari penelitian nantinya akan lebih melengkapi dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Saifuddin. 2004. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

- Budi, Sutedjo, Dharma Oetomo, dkk. (2007). *Pengantar Teknologi Informasi Internet, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hamzah, B. Uno. 2007. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi. Aksana
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok – Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Irwansyah. 2011. *Corporate & Marketing Communications*. Jakarta: PUSKOMBIS
- Mercubuana.
- Kriyantono, Rakhmat .2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- , 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- , 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- , 2010. *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Marindo, R., Puntoadi, D., & Sutedja, S. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Nugroho, Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Grafindo Persada
- Perebinosoff, Philippe. 2005. *Programming for TV, Radio & The Internet, Second Edition: Strategy*. Paperback.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Riduwan. 2008. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung. CV. Alfabeta.
- , 2012. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung Alfabeta.
- Sondang, P. Siagian, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi. Aksara
- Sony, Sumarsono. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudjana, 2003. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi bagi Peneliti*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung. Alfabeta

- , 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- , 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung. Alfabeta.
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikolog Umum*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.